

นโยบายการตลาดที่มีความรับผิดชอบ

วัตถุประสงค์

มาตรฐานนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงแนวทางการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อ บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด และสร้างความมั่นใจว่าผู้บริหารและพนักงานมีความเข้าใจพื้นฐานในเรื่องนี้ในวงกว้าง

ขอบข่าย

นโยบายการตลาดที่มีความรับผิดชอบกำหนดหลักการและมาตรฐานที่บังคับใช้สำหรับบริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด เมื่อทำการตลาดเครื่องประดับต่อลูกค้า มีรายละเอียดแนวทางการจัดการและออกแบบแคมเปญทางกายภาพและดิจิทัลและการโฆษณาสำหรับตลาดทั้งระดับโลกและระดับท้องถิ่นเพื่อให้แน่ใจว่ามีแนวทางปฏิบัติที่รับผิดชอบต่อและครอบคลุม มาตรฐานนี้ใช้กับทีมผู้บริหารระดับสูงและพนักงาน บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด ทั้งหมด รวมถึงบริษัทในเครือและบริษัทในเครือทั่วโลก นอกจากนี้ ยังใช้กับซัพพลายเออร์และบุคคลภายนอกทั้งหมด รวมถึงไม่จำกัดเพียงเอเจนซี่ ผู้มีอิทธิพล บล็อกเกอร์ นักบล็อกเกอร์ พันธมิตรโฆษณา เครื่องใช้ในเครือ การวิเคราะห์ข้อมูล และบริษัทเทคโนโลยีโฆษณาที่สร้างเนื้อหาที่มีตราสินค้าของ บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด ในกรณีที่มีความคลาดเคลื่อนระหว่างมาตรฐานฉบับภาษาอังกฤษและฉบับแปลในท้องถิ่น ให้ถือเอาฉบับภาษาอังกฤษเป็นหลัก นอกจากนี้ในกรณีที่มีความคลาดเคลื่อนระหว่างมาตรฐานนี้กับกฎหมายหรือภาคผนวกที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น ให้ใช้ข้อกำหนดที่เข้มงวดยิ่งขึ้น

ความมุ่งมั่นทั่วไป

บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด มุ่งมั่นที่จะสร้างความมั่นใจว่าบริษัทฯ ทำการตลาดผลิตภัณฑ์ของตนในลักษณะที่รับผิดชอบต่อให้อำนาจ และครอบคลุม ในขณะเดียวกันก็ปฏิบัติตามข้อกำหนดทางกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ และในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล พนักงานทุกคนมีหน้าที่รับผิดชอบต่อในการปฏิบัติตามมาตรฐานนี้และช่วยเหลือ บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด ในการรับผิดชอบต่อทำการตลาด

มาตรฐานความมุ่งมั่น

ภารกิจของ บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด คือการบอกเล่าถึงความรักของผู้คน และในฐานะบริษัทเครื่องประดับชั้นนำระดับโลก เราพิจารณาอย่างใกล้ชิดว่าเรานำเครื่องประดับของเราไปสู่ลูกค้าด้วยวิธีที่รับผิดชอบต่ออย่างไร เรามุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามแนวทางการตลาดที่มีความรับผิดชอบต่อเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คน

นับล้านทุกวัน และดำเนินการผ่านธรรมาภิบาล นโยบาย และแนวทางปฏิบัติที่เข้มงวด มาตรฐานนี้กำหนดหลักการและมาตรฐานที่ บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด จะใช้เมื่อทำการตลาดเครื่องประดับกับผู้บริโภคทางออนไลน์ ในร้านค้า และในโฆษณา มีรายละเอียดแนวทางในการจัดการ ออกแบบ และดำเนินการแคมเปญการตลาดระหว่างประเทศและระดับท้องถิ่นเพื่อให้แน่ใจว่ามีแนวทางปฏิบัติและเนื้อหาที่รับผิดชอบ มีอำนาจในการครอบคลุม มาตรฐานนี้กำหนดโดย "รหัสการโฆษณาและการสื่อสารการตลาดของหอการค้าระหว่างประเทศ (ICC)"

หลักเกณฑ์ของเรารวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงหลักการหลักดังต่อไปนี้:

การตลาดแบบผสมผสานและหลากหลาย

- a) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรายอมรับความหลากหลายและความคิดและเสียงที่แตกต่างในทีมและกระบวนการสร้างสรรค์ของเรา
- b) เข้าใจความแตกต่าง ความคาดหวัง และความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายของเราผ่านข้อมูลและข้อมูลเชิงลึก
- c) รวบรวมเสียงของลูกค้าหากเป็นไปได้ ซึ่งรวมถึงการรวบรวมและรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย กลุ่มดังกล่าวรวมถึงแต่ไม่จำกัด อายุ เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ คนพิการ และทุกเพศ
- d) ระมัดระวังและใช้ภาษาและภาพที่ครอบคลุมเพื่อให้แน่ใจว่าการรับรู้ทางวัฒนธรรมและรับรองการเป็นตัวแทนหากเป็นไปได้
- e) หลีกเลี่ยงการมีส่วนร่วมทำให้เกิดอคติเชิงลบ แบบแผน การจัดสรรวัฒนธรรมและการสนับสนุน และตั้งเป้าที่จะอ่อนไหวและเข้าใจวัฒนธรรมและบริบทที่แตกต่างกัน
- f) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเรามีความหลากหลายตลอดกระบวนการรณรงค์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียง การทำงานกับนางแบบ พรสวรรค์ ช่างภาพ ช่างวิดีโอ สไตลิสต์ และพนักงานประจำและชั่วคราวอื่นๆ และบุคคลที่สามจากกลุ่มที่มีบทบาทต่ำกว่า

การตลาด / จุดเด่นของ

- i) ห้ามจำหน่ายเครื่องประดับของ บริษัท เค.จี.อาร์. กรุ๊ป จำกัด ให้กับเด็กอายุต่ำกว่า 13 ปี ควรใช้ความระมัดระวังเป็นพิเศษในการสื่อสารการตลาดที่มุ่งเป้าไปที่เด็ก
- ii) ส่งเสริมพฤติกรรมทางสังคมในเชิงบวก ภาพลักษณ์ วิถีชีวิต และทัศนคติในแคมเปญการตลาดที่มีเด็ก

- iii) ห้ามใช้หรือสร้างการสื่อสารทางการตลาดที่มีข้อความหรือการปฏิบัติด้วยภาพที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อเด็ก ซึ่งรวมถึงอันตรายทางอารมณ์ จิตใจ ร่างกาย หรือทางเพศ
- iv) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าเนื้อหาดิจิทัลที่มีผู้มีอิทธิพลในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ได้รับการระบุว่าเป็นโฆษณา ในลักษณะที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับของเด็ก
- v) ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการรณรงค์หรือการถ่ายภาพที่เกี่ยวข้องกับเด็กในสถานที่นั้นได้รับการจัดการตามกฎหมายท้องถิ่น แนวปฏิบัติที่ดีที่สุดระดับโลกและการกำกับดูแลของพ่อแม่หรือผู้ปกครอง ดังนี้
 - a. ตรวจสอบให้แน่ใจว่าการศึกษาไม่ได้รับผลกระทบในทางลบ (เช่น มีผลกระทบด้านลบในระยะยาว)
 - b. ประเมินและบรรเทาความเสี่ยงที่ระบุไว้สำหรับการมีส่วนร่วมของเด็กทั้งหมด
 - c. ดำเนินมาตรการคุ้มครองเด็กสำหรับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบุคคลที่สามและคาดหวังให้ทุกฝ่ายปฏิบัติตามมาตรการดังกล่าวอาจเกินข้อกำหนดทางกฎหมายของประเทศ แต่ก็ไม่ควรขัดกับมาตรการดังกล่าว นอกจากนี้กิจกรรมไม่ควรมีอันตรายหรือดำเนินการในเวลากลางคืน และต้องพักผ่อนให้เพียงพอ
 - d. ต้องได้รับความยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากเด็กก่อนเข้าร่วมแคมเปญการตลาด

หลักฐานการเรียกร้อง

- i) การอ้างสิทธิ์คำอธิบายที่ชัดเจนหรือภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงที่ตรวจสอบได้ในการสื่อสารการตลาดและรับรองว่าไม่ขัดต่อกฎหมายที่บังคับใช้
- ii) การรับรองและยืนยันการเรียกร้องด้านสิ่งแวดล้อมใด ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์:

ประกาศ ณ. วันที่ 13 มิถุนายน 2566



K.G.R. Group Company Limited

นายฐิติพงษ์ ดีมันคงวณิช

กรรมการผู้จัดการ